

ACTIVIDAD 8

Comentario [OIC1]: 85 Algunas insuficiencias en este trabajo.

1. ¿Cuáles son los 10 principales argumentos de Sartori?

- 1.- Una opinión se denomina pública no solo porque es del público, sino porque también implica argumentos de la naturaleza pública, tales como intereses generales, el bien común, problemas colectivos. Así es que, los sondeos de opinión consisten en respuestas que dependen del modo en que se formulan las preguntas y la mayoría de las opiniones recogidas por los sondeos son: débiles, volátiles, inventadas en ese momento y producen un efecto reflectante.
- 2.- Todo progreso tecnológico, en el momento de su partición, ha sido temido e incluso rechazado.
- 3.- La televisión no es un anexo, es sobre todo una sustitución que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver. La televisión tiene potencialidades globales al anular las distancias visuales, nos hace ver en tiempo real acontecimientos de cualquier parte del mundo, fusiona comunidades y hace de cualquier cuestión un objeto válido de interés para cualquier persona.
- 4.- En la medida en que Internet es una diversión, un entretenimiento, la televisión resultará vencedora entre los perezosos, mientras que Internet triunfará entre los activos, los que quieran dialogar y buscar.
- 5.- El término Video-política hace referencia sólo a uno de los procesos políticos, y con ello una radical transformación de cómo “ser políticos” y cómo “gestionar la política.”
- 6.- En el hecho de conducir la opinión, el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea.
- 7.- La videoconferencia está fabricando una opinión sólidamente hetero-dirigida que aparentemente refuerza la democracia como gobierno de opinión.
- 8.- El poder de los noticiarios televisivos para “dirigir la atención del público (agenda setting)” y el poder de “definir los criterios que informan la capacidad de enjuiciar (priming)”. Las noticias de televisión influyen decididamente en las prioridades que atribuyen las personas a los problemas nacionales y en las consideraciones en las que valoran a los dirigentes políticos, como ejemplo en EU cuatro de cinco americanos declaran que votan en función de lo que aprenden en pantalla. En este tenor, la televisión personaliza las elecciones, vemos a personas y no programas de partido, por lo que las elecciones se convierten en un espectáculo.

En el pasado el representante era independiente a sus electores, no estaba ligado a partido alguno, era elegido sin oposición. A lo largo del siglo XX el partido prevalece sobre los miembros electos a través de la ideología, cuanto más vota el elector por la ideología o programa, los candidatos dependen más de los partidos para ser elegibles.

9.- Hoy esta dependencia se reduce a una videoddependencia, es decir los políticos cada vez tienen menos relación con los problemas genuinos y cada vez más se relacionan con acontecimientos mediáticos, la cultura de la imagen.

10.- Las comunicaciones de masas crean un mundo movible en el que los dispersos se encuentran, se reúnen y hacen masa, adquieren fuerza, y esto lo hacen a través de la Internet. El hombre se reduce a ser pura relación *homo communicans* inmerso en el flujo mediático.

Comentario [OIC2]: Me parece que las tesis son relevantes, sin embargo no creo que admitan ser consideradas como las tesis más importantes de Sartori en este particular texto.

2. Refutar 5 tesis de Sartori?.

Si bien Sartori menciona que la televisión se está fragmentando –por cable o vía satélite- en centenares de canales dirigidos a audiencias concretas. Al especializarse de ese modo la TV cubrirá también un nicho que resultará competitivo a los nichos de los cibernautas, al respecto es conveniente señalar que no puede ser competitivo porque:

- La televisión, en cuanto a contenidos, está regulada por leyes en cada país, mientras que la internet no.
- En el ciberespacio hay posibilidad de intercambiar información, establecer una comunicación personalizada –horizontal- y en la televisión no, su comunicación es vertical.
- Con un simple tecleo, el cibernauta puede visualizar y conocer cualquier información y en la televisión no.
- La TV también ofrece un repertorio cultural y educativo que muchas personas no tendrían oportunidad de conocer sin un aparato receptivo, con lo que su alfabetización o formación sería más reductiva.
- Todos los medios de comunicación, en la actualidad son criticables, por los contenidos de la radio, la prensa, el Internet. Aunque su capacidad simbólica se ha sofisticado, las informaciones, temas y efectos son sumamente cuestionables. Sobre todo el aspecto relacionado con la lectura y **escritura**.

Comentario [OIC3]: Refutan una sola tesis con 5 argumentos, no 5 tesis, como precisamente se pidió.

3. ¿Cuáles son las 10 principales tesis de Castells?

I.- Los medios de comunicación se han convertido en el espacio social donde el poder se decide, ya que hay una relación directa entre la política, los medios de comunicación, el escándalo y la crisis de legitimidad política en una economía globalizada. La comunicación y la información han sido las fuentes fundamentales del poder, del contrapoder (dominación) y el cambio social. La forma de pensar determina el destino de las normas y valores sobre lo que se construyen las sociedades, mientras que la coacción y el miedo son las fuentes fundamentales de la imposición de la voluntad de los dominantes sobre los dominados. A su vez, en una sociedad cuya característica principal es el flujo de información, la principal batalla es la de las ideas, la que los diferentes actores sociales –principalmente los medios - ejercen por ganar la mente de las personas, porque es el pensamiento colectivo el que determina las normas y valores de una sociedad.

II.- El desarrollo de redes horizontales de comunicación ha inducido a la aparición de una nueva forma de comunicación, que ha encontrado lugar en nuevos espacios virtuales generados a través de la Internet, es decir, la libre comunicación de masas como la creación de blogs, las asociaciones cibernéticas, cuya mayoría son de carácter personal y que su característica principal es la elección de los contenidos de manera libre.

III.- La política se basa en una socialización de la comunicación, en la capacidad de influir en la mente de la gente; de ahí que el principal canal de comunicación entre el

sistema político y los ciudadanos es el sistema de medios de comunicación de masas, en primer lugar la televisión que se difunde a una audiencia masiva, y la radio, posteriormente la prensa que produce información original. Bajo este tenor la política es fundamentalmente la política de los medios, y que éstos antes mencionado son aquellos medios que transmiten y desarrollan discursos y mensajes verticales y unilaterales.

IV.- La política del escándalo tiene dos tipos de efectos: a) afectar el proceso de elección y la toma de decisiones, debilitar la credibilidad de la persona objeto del escándalo y b) los ciudadanos terminan por poner a todos los políticos en la misma balanza, desconfianza de las promesas electorales, de los partidos, etcétera,

V.- En medio de una crisis de legitimidad, los movimientos sociales han crecido y han tomado diferentes formas oponiéndose al capitalismo global. Y precisamente porque los diferentes movimientos ahora están estructurados en una red global, influyen en la batalla actos de reflexión por parte de los ciudadanos interactuando en el proceso global de comunicación y en las relaciones globales de poder. Los movimientos sociales pueden ser progresistas, reaccionarios o alternativos, pero sus acciones colectivas van encaminadas a cambiar valores e intereses institucionalizados y a asumir formas de organización específicas. En este contexto las nuevas formas de movilización política están utilizando ampliamente los medios de comunicación de masas libre, como la Internet.

VI.- La transformación de las relaciones de poder en el nuevo espacio de la comunicación debe considerar la interacción de los actores políticos, sociales y de los medios de comunicación. Así emerge el contrapeso que no es más que la capacidad de los actores sociales de resistir y desafiar al poder establecido y son precisamente estas relaciones entre comunicación, tecnología y poderes fácticos las que generan pluralidad y contrapesos

VII.- Los actores que luchan por el cambio social, a menudo utilizan la plataforma de Internet para influir en la programación de información de los principales medios de comunicación y de las elites políticas. Es así que los medios masivos personalizados, se presentan como un contrapeso del poder, como una reacción natural a las leyes sociales, a la dominación cultural, política, económica, psicológica, etc.. Las nuevas formas de movilización política son desarrolladas ahora dentro de los medios masivos personalizados

VIII.- Los medios de comunicación corporativos están reorientando su estrategia hacia la Internet, a la adquisición de comunidades virtuales y páginas personales, como Warner Music que firmó un acuerdo para ofrecer videos musicales a través de You Tube o esta última empresa que tiene el apoyo financiero de Google. Los grandes corporativos internacionales están intentando fusionar los grandes espacios de la red con sus grandes capitales. Esta fusión en ocasiones ha resultado beneficiosa como en el caso del sitio Digg donde se pueden encontrar artículos de New York Times o Fox News. Lo que se observa es una coexistencia e interconexión entre los medios tradicionales, los grandes corporativos y los sitios de Internet autónomos. La autonomía de los sitios de Internet no implica competencia con los medios tradicionales, sino que esta relación puede impulsar a los medios tradicionales

IX.- El uso político de la Internet se ha incrementado sustancialmente con la banda ancha y con la creciente influencia de las redes sociales; algunas veces el objetivo de los actores políticos es la distribución rápida de sus mensajes o imagen con la esperanza de que sean recogidos por los medios de comunicación. La principal característica de la política mediática es que lo que no existe en los medios, no existe en la mente del público. Necesariamente un mensaje político es un mensaje mediático. Los políticos tienen que transmitir sus mensajes en un lenguaje televisivo.

Las campañas políticas que resultan efectivas son aquellas donde se utiliza un lenguaje simbólico, que transmita los valores morales del candidato y que logre mostrar la credibilidad del mismo. Finalmente los políticos son el rostro de la política.

X.- Las formas de cambio social y política alternativa surgen por la oportunidad que ofrecen las nuevas redes de comunicación de la era digital, que es la infraestructura técnica y organizativa. En conclusión el análisis de las dinámicas de los contra poderes como nuevas formas de intercambio social y formas de hacer política alternativa, surgen a través de las redes de comunicación horizontales de la era digital que ha permitido el surgimiento de una infraestructura organizativa específica de las sociedades en red. Y las élites dominantes están siendo confrontadas por los movimientos sociales y proyectos autónomos que han florecido a través de los medios masivos personalizados. Y es desde ahí que ha surgido una gran fuente de poder que necesita empezar a ser entendida y desarrollada dentro de las redes de comunicación horizontales.

4.- Explicar el concepto de remediación

La remediación es la transformación y mejora de un medio de comunicación a través de otro u otros medios. Por ejemplo, la Internet está transformando a la televisión como transformó la mayor parte de los medios existentes, desde el modo del uso de los celulares, periódicos, radio, etc. como en su tiempo la televisión transformó el cine y la vida cotidiana. Marshall McLuhan dijo: cuando el nuevo medio se crea los antecesores se convierten en el fondo y el nuevo medio en la figura.

Lo que realmente sucede es que cada nuevo medio de comunicación transforma a los de medios que le antecedieron, pero no lo reemplaza. De acuerdo con Levinson, nuestras sociedades utilizan un medio para reformar o mejorar a otro en un esfuerzo del cual no siempre somos conscientes, intentamos hacer que los medios se parezcan más al hombre. En otras palabras el proceso de remediación permite a los medios de comunicación "imitar" las facultades y órganos del ser humano. La remediación sólo es posible percibirla cuando en cierto momento otra tecnología llega, procediendo a modificarlo. Cada nuevo medio de comunicación transforma a los medios que le antecedieron, pero no lo reemplaza. Por ejemplo, el Internet está transformando a la televisión como transformó la mayor parte de los medios existentes, desde el modo del uso de los celulares, periódicos, radio, etc. como en su tiempo la televisión transformó el cine y la vida cotidiana.

Comentario [OIC4]: Se limitaron a consignar la visión de Levinson. Omiten referir la visión de Bolter.

5.- Las cinco tesis (las reglas para explicar el cambio tecnológico) que enunció Postman son:

1. La cultura siempre paga el precio de la tecnología o el Pacto de Fausto

Partiendo del siguiente razonamiento: la tecnología da y la tecnología quita. Neil Postman comprendía el cambio tecnológico como intercambio. Todo cambio tecnológico desplaza consigo ventajas y desventajas. No toda nueva tecnología necesariamente introducirá mayores beneficios que problemas. Mientras mayores sean las maravillas de una nueva tecnología –sentenciaba Postman-, mayores serán sus consecuencias negativas. No solo es necesario analizar qué podemos hacer con cada nueva tecnología. Además resulta necesario reparar en todo aquello que podría ser afectado por el desarrollo de cada nueva tecnología. La introducción de cada nueva tecnología inevitablemente altera la ecología cultural de las sociedades.

2. Siempre hay ganadores y perdedores en el cambio tecnológico

La segunda tesis de Postman comprende agudas reflexiones sobre los efectos que producen las tecnologías en la ecología cultural de las sociedades. En primer lugar, Postman denunció que las aplicaciones de las nuevas tecnologías nunca han sido distribuidas entre la población. Los beneficios de las tecnologías no necesariamente son destinados a elevar la calidad de vida de las personas. De cada nueva tecnología se desprenden beneficios para determinados sectores de la sociedad y, por supuesto, otros sectores resultan perjudicados. Las nuevas tecnologías, sin embargo, pueden alterar el sistema de intereses y privilegios que mantienen determinados grupos sociales.

3. Toda la tecnología tiene una filosofía

Postman recurre a un conjunto de analogías para explicar el sentido de su tercera tesis: toda la tecnología tiene una filosofía. Esta tesis, como reconoce el propio Postman, admite ser considerada la lógica extensión de una de las principales tesis que Marshall McLuhan propuso en *Comprender a los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*: el medio es el mensaje: “Para una persona con una cámara filmadora, todo parece una imagen. Para una persona con una computadora todo parece datos... En una cultura sin escritura, la memoria humana es la de más importancia, como los proverbios, dichos y canciones que contienen la sabiduría oral acumulada durante siglos. Eso es por lo que Salomón pensó en ser el más sabio entre los hombres, se 3,000 proverbios. Pero en una cultura con escritura, tales proezas de la memoria son consideradas una pérdida de tiempo, y los proverbios sólo son fantasías irrelevantes. La persona que escribe favorece a la organización lógica y el análisis sistemático, no a los proverbios. La persona "telegráfica" valora la rapidez no la introspección. La persona de la televisión valora la inmediatez, no la historia. Y la gente de la computadora, ¿qué se debe decir de ellos? Tal vez que la persona de la computadora valora la información, no el conocimiento, y ciertamente no la sabiduría. Realmente en la era de las computadoras, el concepto de sabiduría puede desvanecerse todo. (Postman. 1998).

4.-El cambio tecnológico no es aditivo; es ecológico.

Los efectos de los cambios tecnológicos son múltiples y complejos. En algunas ocasiones los efectos pueden resultar irreversibles. Marshall McLuhan también insistía en la necesidad de ser cautelosos al emprender el análisis de la innovación tecnológica: “Los efectos de la tecnología no se producen al nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales, o pautas de percepción,

regularmente y sin encontrar resistencia” Mediante el uso irresponsable de las nuevas tecnologías, señala Postman, es posible alterar ritos y tradiciones. Por ende es necesario proceder con extrema cautela. Por ejemplo cuando una nueva tecnología, como Internet, adquiere particular importancia en el desarrollo cultural de alguna localidad, comienza a transformarla, inclusive alterando algunos de los elementos esenciales que la definieron. En ese sentido es posible afirmar que la sociedad se vuelve también producto del cambio tecnológico.

Al explicar su cuarta idea, Postman desplegó una aguda crítica al bárbaro radicalismo revolucionario de los capitalistas -quienes suelen ser estereotipados como conservadores-:

También se debe ser suspicaz con los capitalistas. Los capitalistas son, por definición, no sólo "tomadores" de riesgo personal sino, más precisamente, "tomadores de riesgo cultural". Los más creativos y osados entre ellos esperan explotar al máximo las nuevas tecnologías, y no les importa mucho qué tradición es demolida en el proceso o si una cultura no está preparada para funcionar sin tales tradiciones. Los capitalistas son, en una palabra, radicales. (...) los capitalistas necesitan ser observados y disciplinados. Para estar seguros, ellos hablan sobre la familia, el matrimonio, la piedad y el honor; pero con el permiso para explotar las nuevas tecnologías al máximo en su potencial económico, ellos pueden deshacer las instituciones que hicieron tales ideas posibles (...) Los radicales que han cambiado la naturaleza de los políticos en Estados Unidos son los empresarios en trajes y corbatas grises que administran la gran industria televisiva en el país (Postman. 1998).

En la explicación de su cuarta idea Postman afirmó: “un nuevo medio no agrega algo; lo cambia todo”.

Las tecnologías de alguna manera moldean a las sociedades pero a su vez las tecnologías también son moldeadas por aspectos sociales, políticos y económicos de los ambientes en los cuales participan.

5.- Los medios de comunicación tienden a convertirse en míticos

En su quinta idea Postman parte de explicar el sentido que Roland Barthes estableció para designar lo mítico. “Él usó la palabra "mito" para referirse a la tendencia común de pensar en las creaciones tecnológicas como si fueran dadas por Dios, como si fueran una parte del orden natural de las cosas”.

La visión mítica implica sustraerse o ignorar las condiciones históricas, políticas y culturales en las cuales se inscribe la producción de determinados objetos –el sistema de objetos (Barthes)-. Postman advierte los graves riesgos que supone el mitificar las tecnologías:

“Lo que estoy diciendo es que nuestro entusiasmo por la tecnología puede volverse una forma de idolatría y nuestra creencia en su beneficio puede ser un falso absoluto. La mejor manera de ver la tecnología es verla como un intruso extraño, para recordar que la tecnología no es una parte del plan de Dios sino un producto de la creatividad y soberbia humanas, es decir, que su capacidad para el bien o el mal descansa enteramente en la conciencia humana de lo que ésta hace por nosotros y a nosotros (...) Necesitamos

proceder con nuestros ojos muy abiertos así muchos de nosotros usaremos la tecnología en lugar de ser usados por ella.”

6.- Describir las principales remediaciones que ha resentido la televisión en años recientes y la forma cómo Internet ha contribuido en tales cambios

En el caso de la remediación de la televisión, la primera fase es que entra al mundo como juguete que maravilla y fascina a todos. La gente la usa sin cuestionarse sobre sus posibles repercusiones en su cultura. Es un gigante tímido como lo define McLuhan, ya que no es adecuada para los temas calientes ni las para las conversaciones nítidamente definidas.

La siguiente etapa se da cuando el mensaje influye en las personas, una vez que la gente se expone a la televisión y hace consciente la historia, la trama mediante manifestaciones como el llanto o la risa, da pie a una supuesta realidad. La televisión es reconocida como el principal medio de comunicación de las sociedades. Gratificaba con entretenimiento.

Por medio de Internet la misma ha permitido ajustar las necesidades de este medio a distintos tipos de usuario, ahora es posible por ejemplo tener en el mismo lugar la diversión y la oficina, acceder a canales de países que no es posible conseguir en las cadenas locales o TV abierta, cambiar el idioma, eliminar las conexiones alámbricas, grabar programas mientras se está ausente o incluso detener los mismos para retomarlos posteriormente.

Internet ya ha comenzado el proceso de remediación con la televisión. You Tube representa uno de los principales referentes de la nueva era de la televisión posible a través de Internet. En octubre de 2006 Google adquirió You Tube, proyecto que hoy representa el principal referente del nuevo modelo de televisión que es posible desarrollar en Internet.

Internet ha propiciado importantes cambios en la conformación de la poderosa industria de la televisión. En México, por ejemplo, es posible afirmar que Carso Digital representa la nueva y principal competencia para Televisa. Hoy definitivamente deben experimentar profunda preocupación por la incursión de Prodigy Media, filial de Teléfonos de México, en la explotación comercial de servicios de televisión en Internet.